



*Département Opinion
et Stratégies d'Entreprise*

pour



Les internautes et les comparateurs de prix

Avril 2011

1 - La méthodologie

2 - Les résultats de l'étude

A - L'utilisation des comparateurs

B - La perception et les attentes vis-à-vis des comparateurs

1 | La méthodologie

Etude réalisée par l'Ifop pour : **L'Atelier BNP PARIBAS**

Echantillon Echantillon de **1003** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain Du 29 au 31 mars 2011

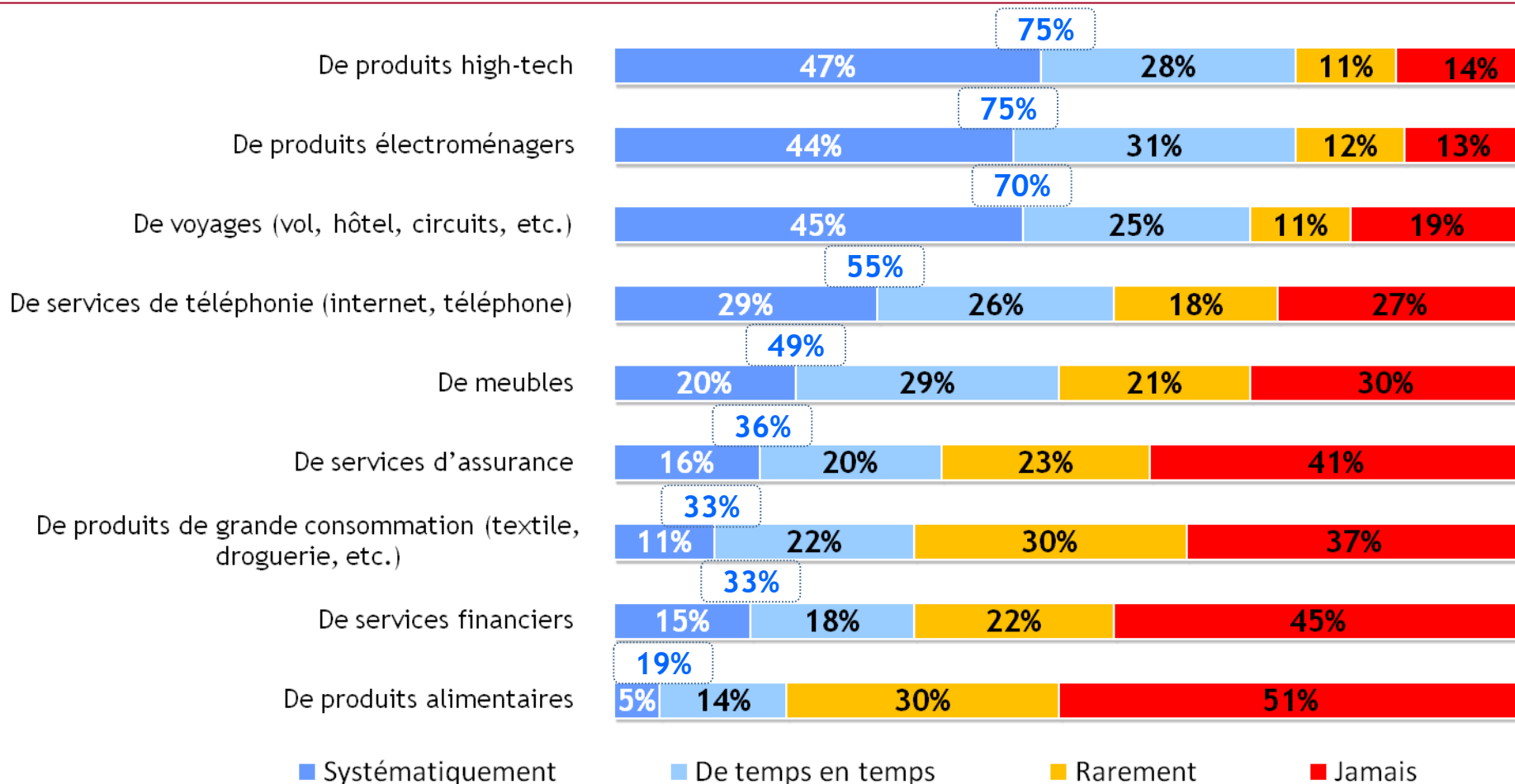
2 | Les résultats de l'étude

A | L'utilisation des comparateurs

Question : Vous personnellement, utilisez-vous des comparateurs de prix sur Internet avant l'achat... ?

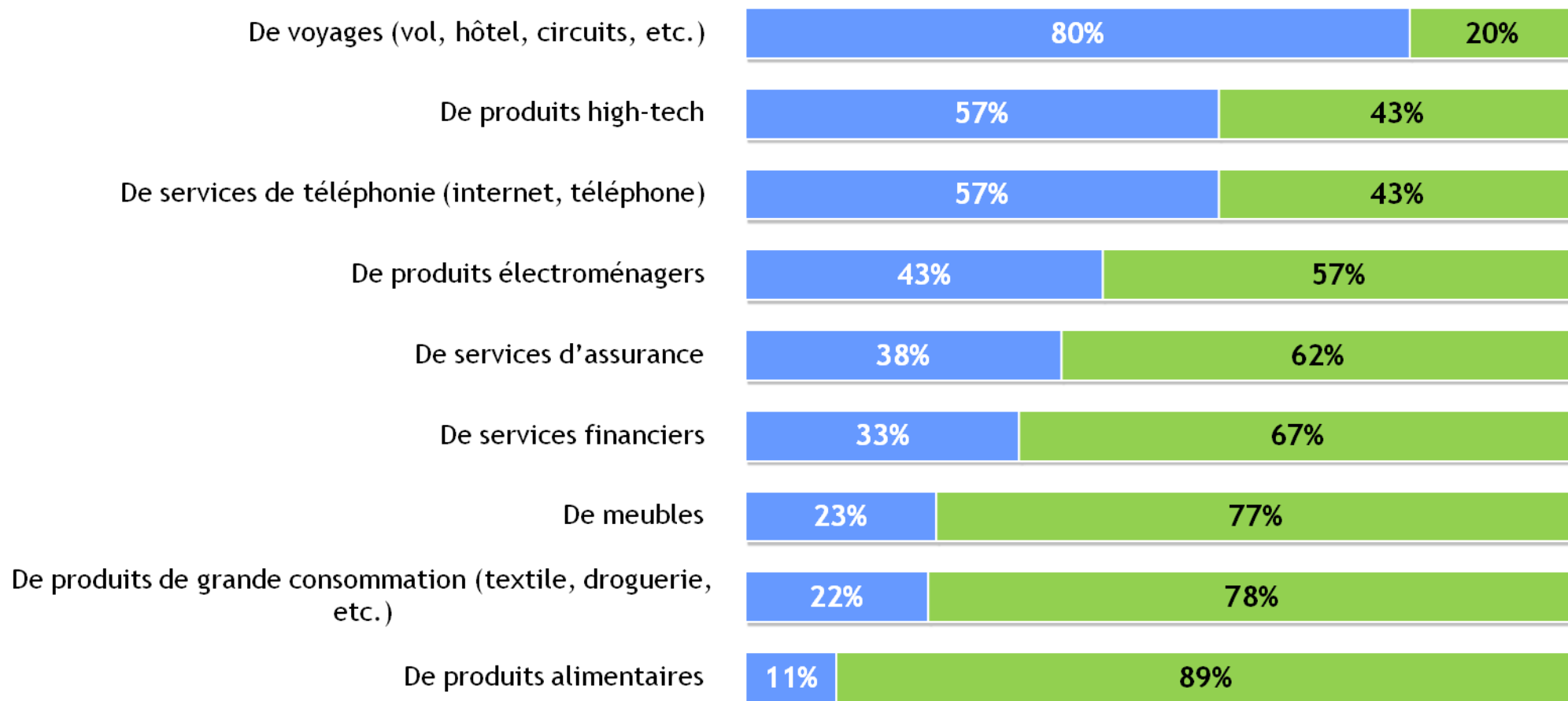
Personnes utilisant au moins l'un des comparateurs  92%

Personnes n'utilisant jamais de comparateurs  8%



L'utilisation des comparateurs de prix sur Internet en fonction du mode d'achat

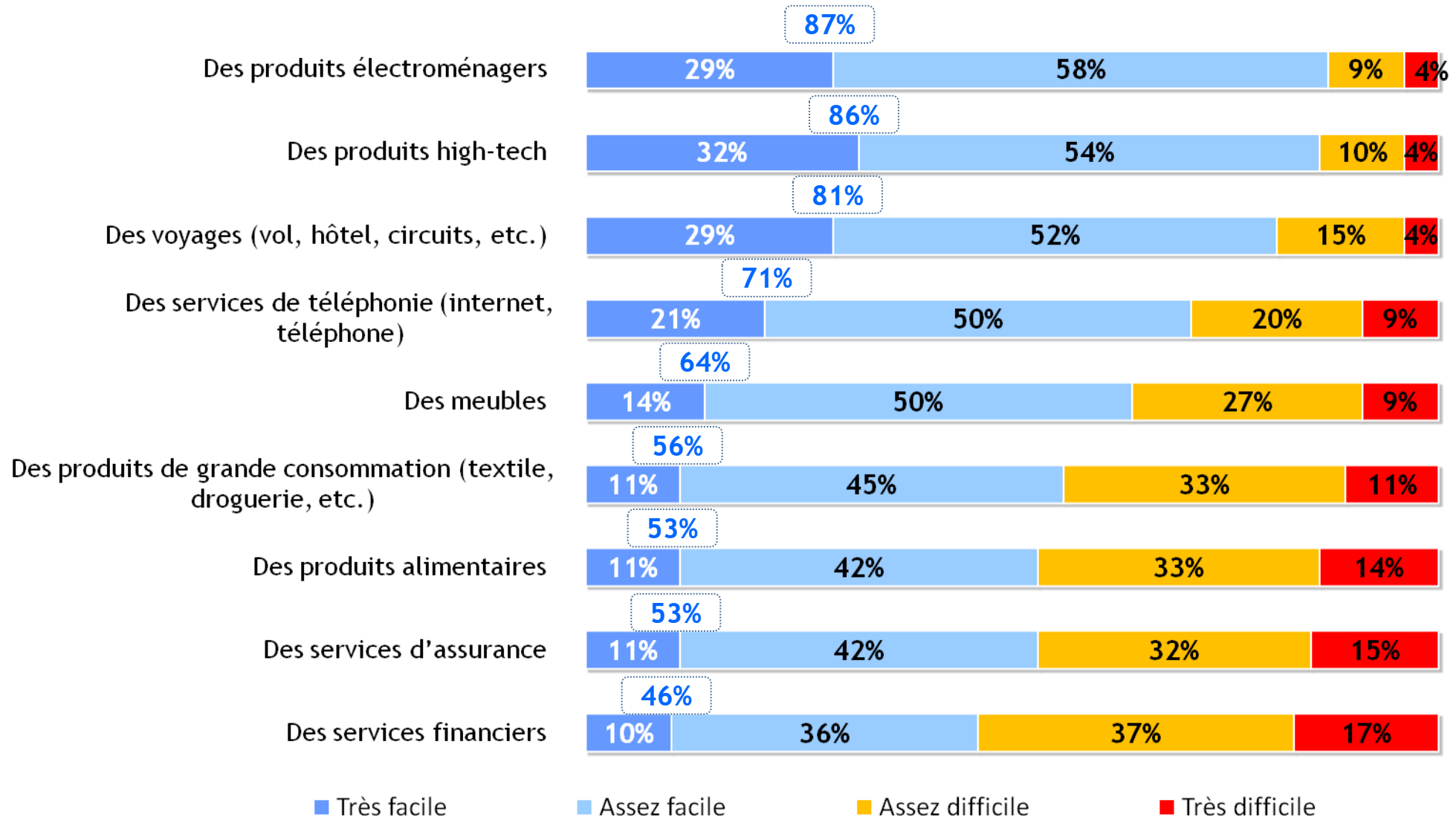
Question : *D'une manière générale, utilisez-vous les comparateurs de prix sur Internet avant un achat en magasin physique ou avant un achat sur un site web marchand pour l'achat ... ?*



Base : question posée uniquement aux personnes ayant déclaré utiliser des comparateurs de prix sur Internet pour ces différents achats.

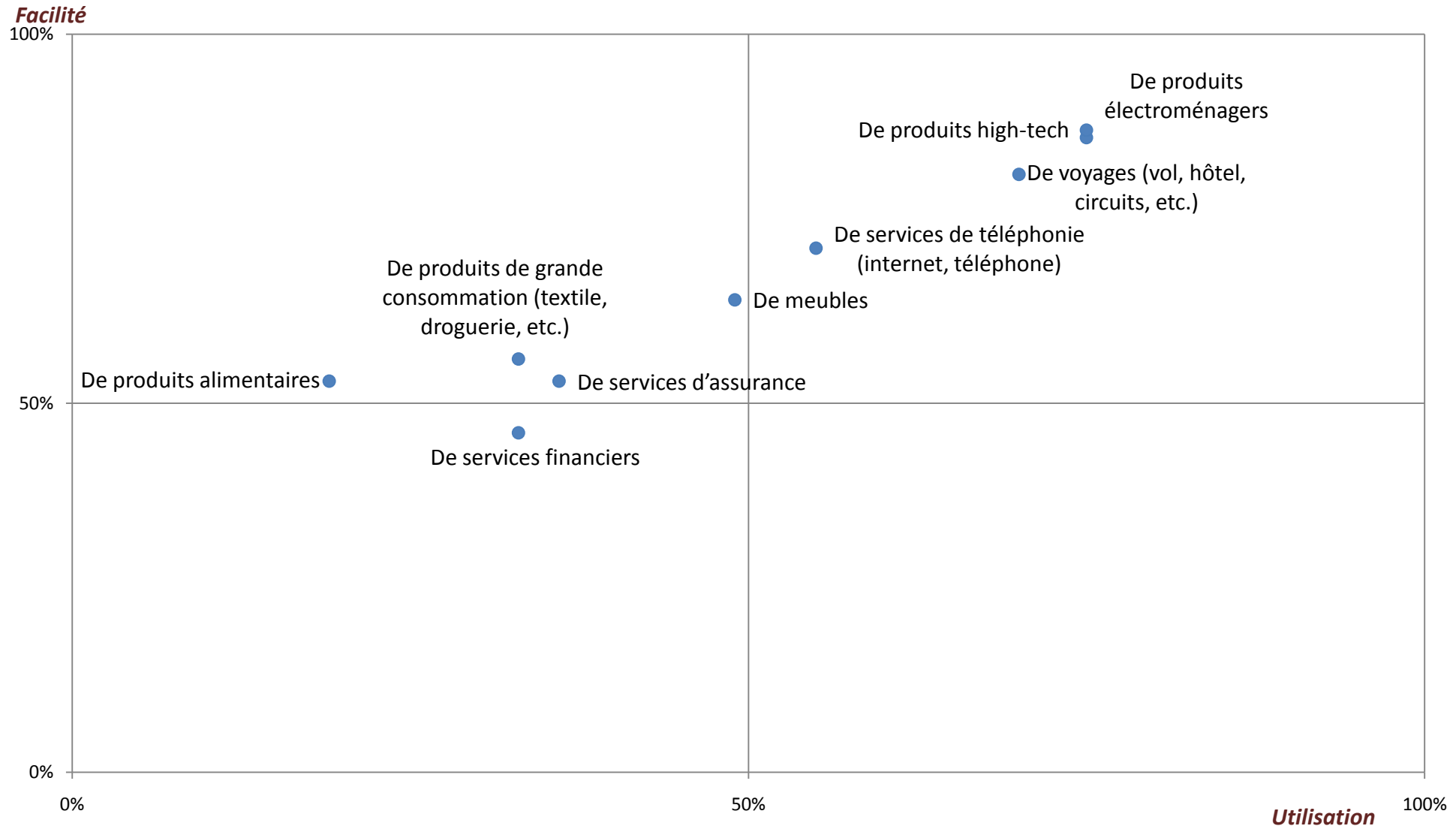
■ Achat sur un site web marchand ■ Achat en magasin physique

Question : *Trouvez-vous facile ou difficile de comparer sur Internet les prix... ?*



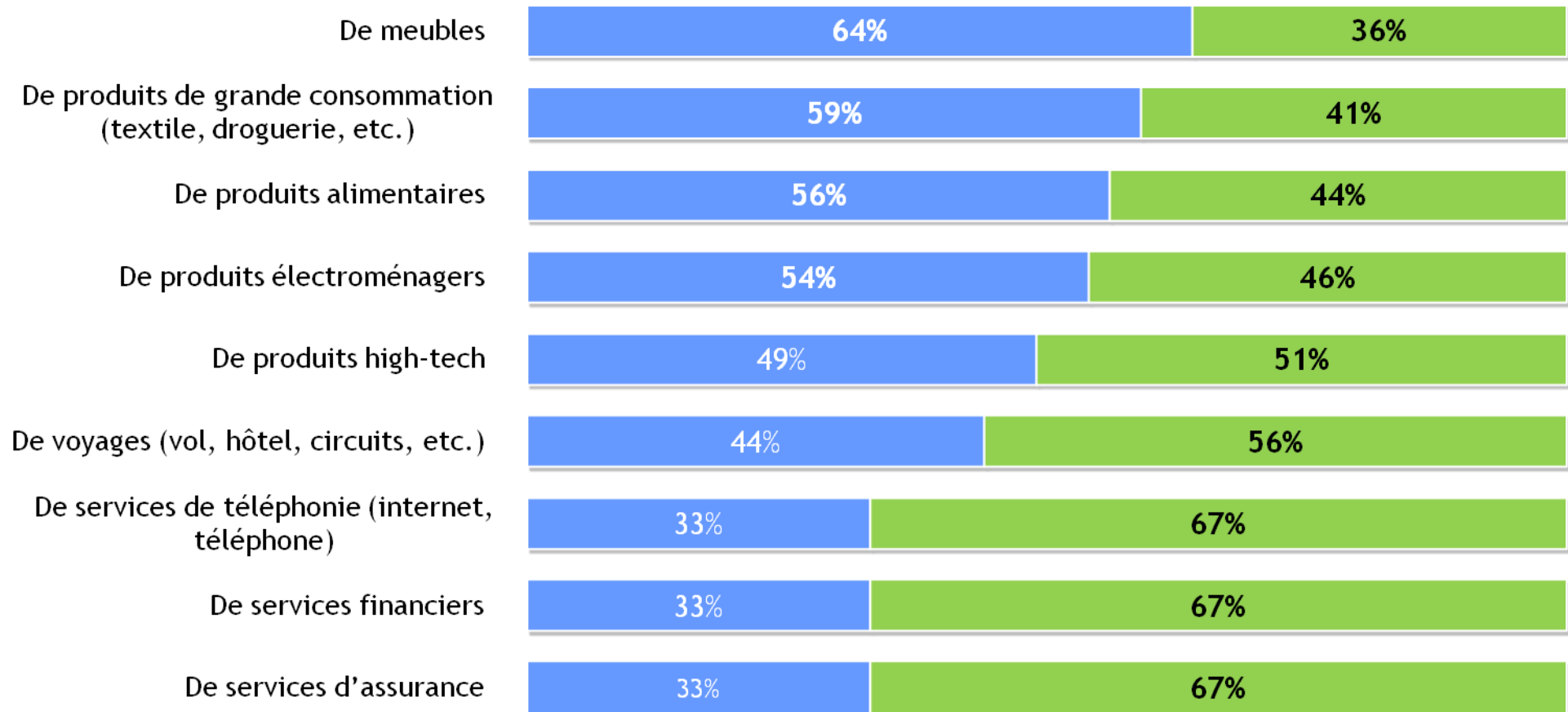
Comparatif : l'utilisation vs la facilité de comparaison des prix sur Internet

Question : Vous personnellement, utilisez-vous des comparateurs de prix sur Internet avant l'achat... ?
Question : Trouvez-vous facile ou difficile de comparer sur Internet les prix... ?



Les raisons expliquant les difficultés de comparaison des prix

Question : D'après vous, cette difficulté à comparer les prix est-elle liée plutôt aux caractéristiques techniques des produits et/ou services ou plutôt au manque de transparence des vendeurs en ce qui concerne l'achat... ?

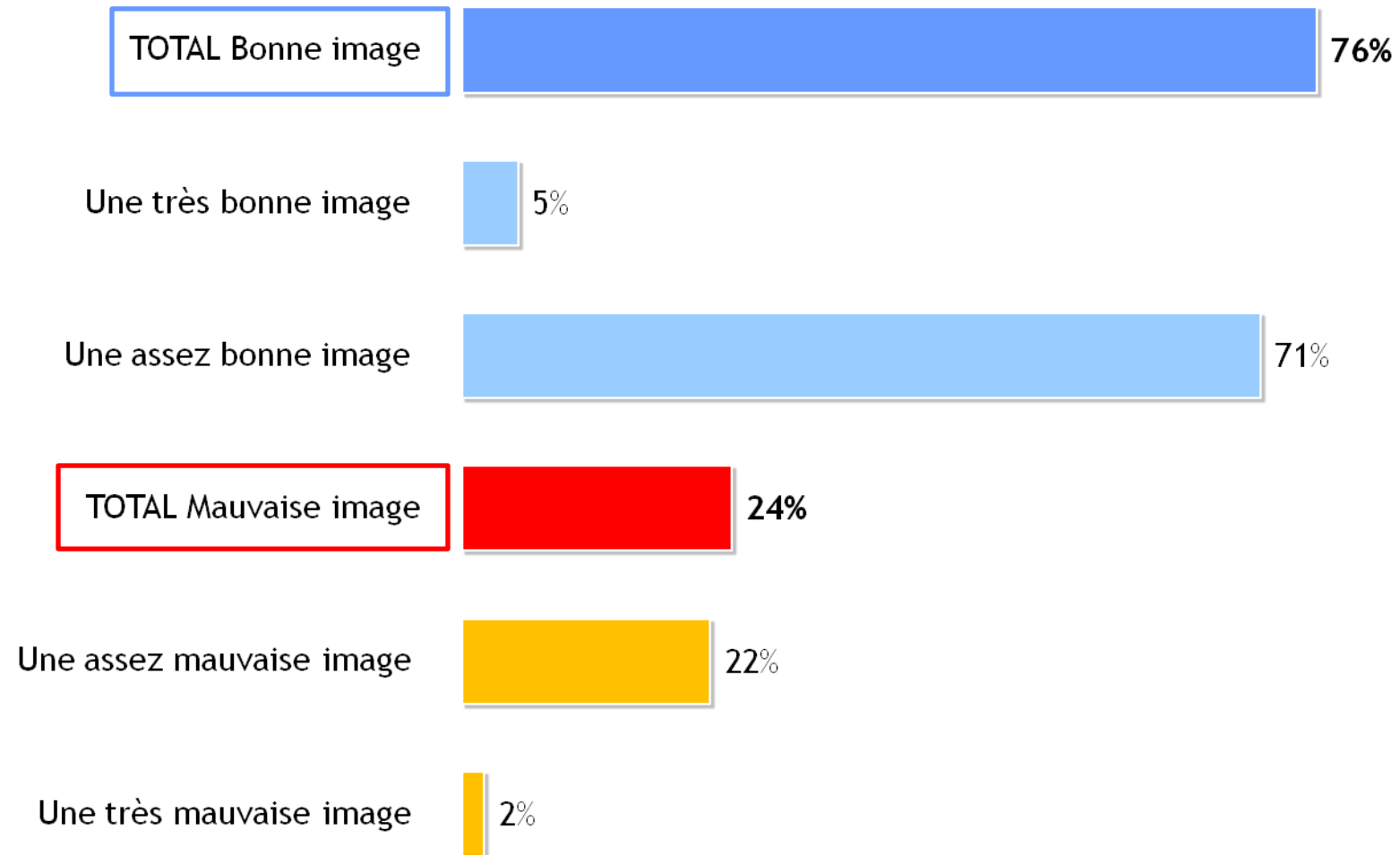


Base : question posée uniquement aux personnes jugeant qu'il est difficile de comparer sur Internet les prix de ces différents achats.

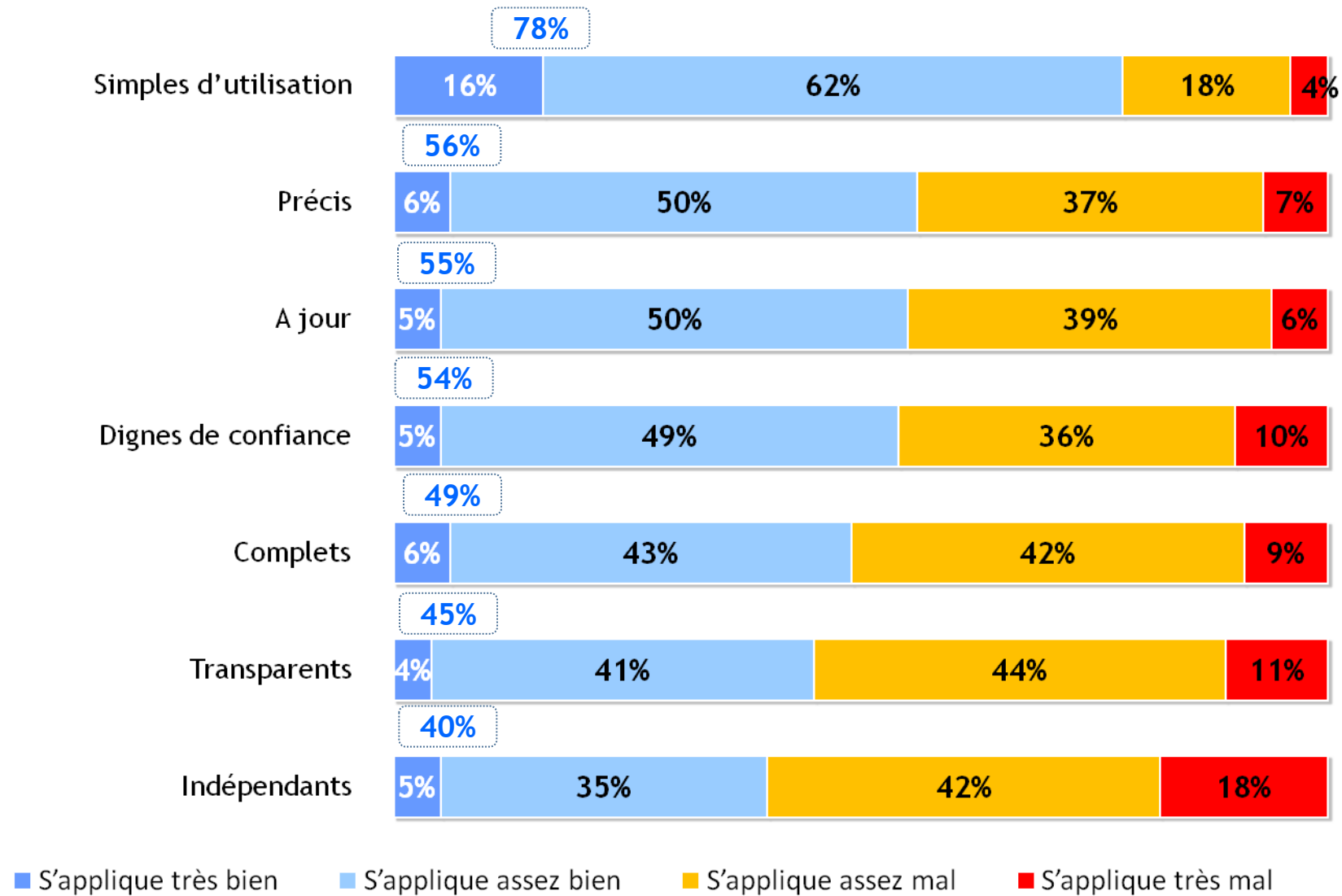
- Les caractéristiques techniques des produits et ou services
- Le manque de transparence des vendeurs

B | La perception et les attentes vis-à-vis des comparateurs

***Question :** D'une manière générale, diriez-vous que vous avez une bonne ou une mauvaise image des comparateurs de prix sur Internet ?*

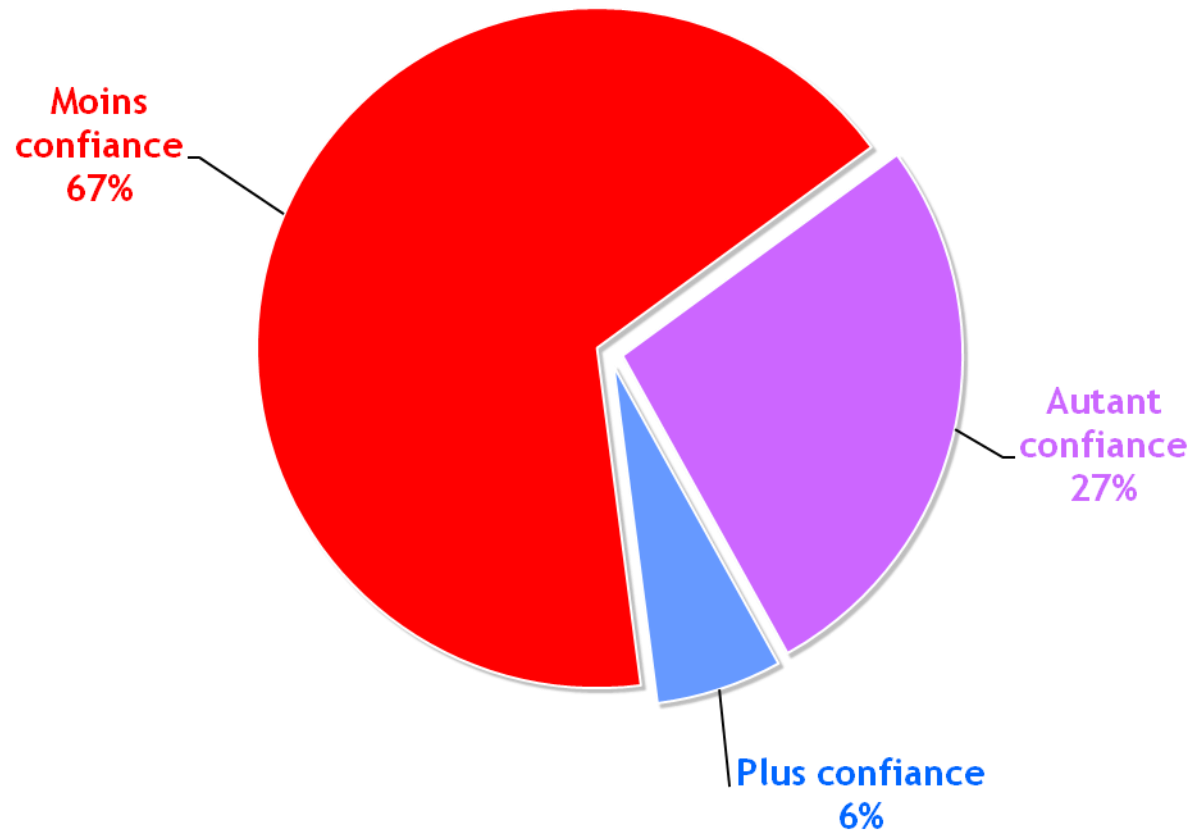


Question : Pour chacun des qualificatifs suivants, indiquez s'il s'applique bien ou mal aux comparateurs de prix sur Internet.

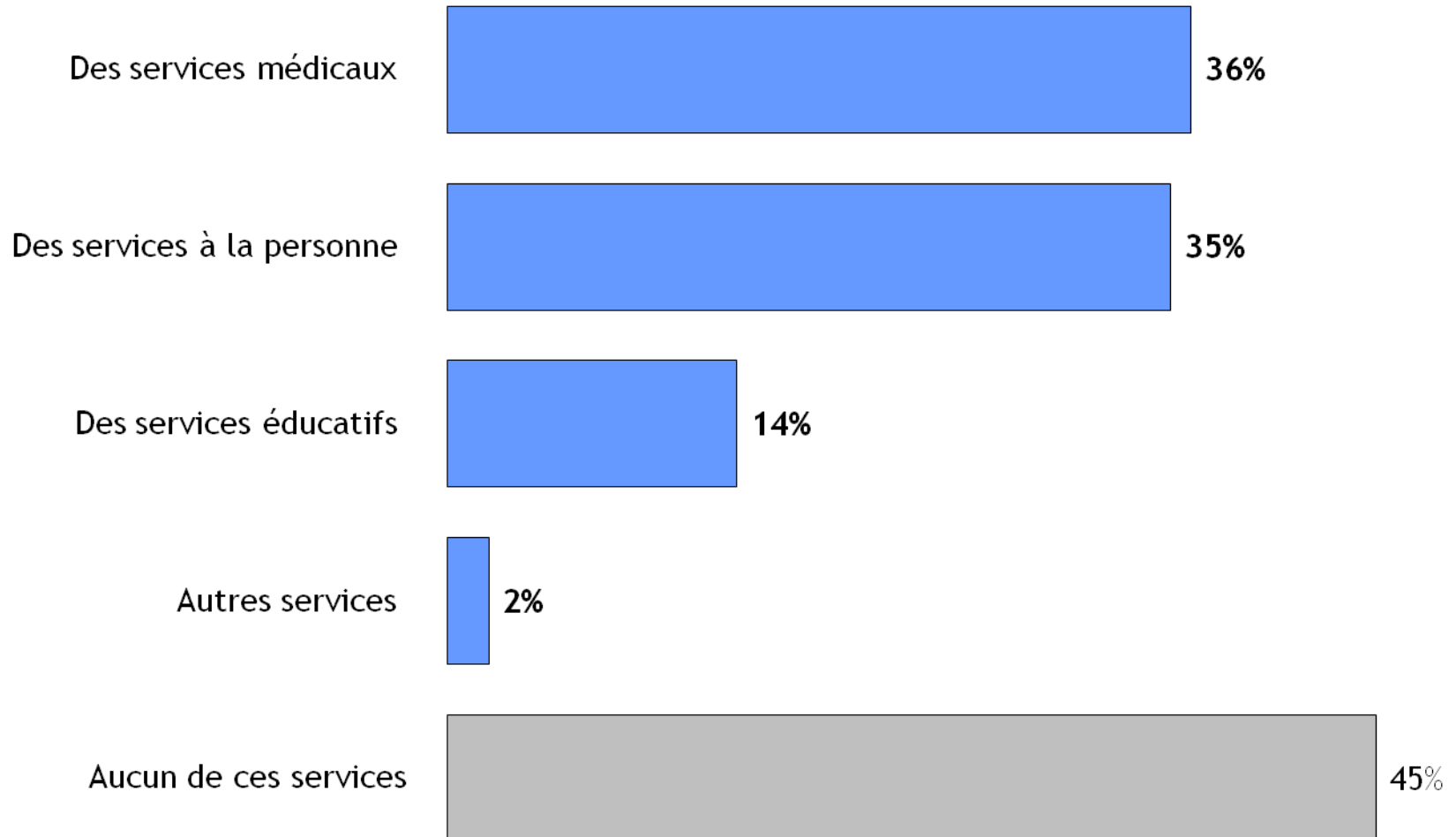


La confiance accordée aux comparateurs de prix appartenant à des marques

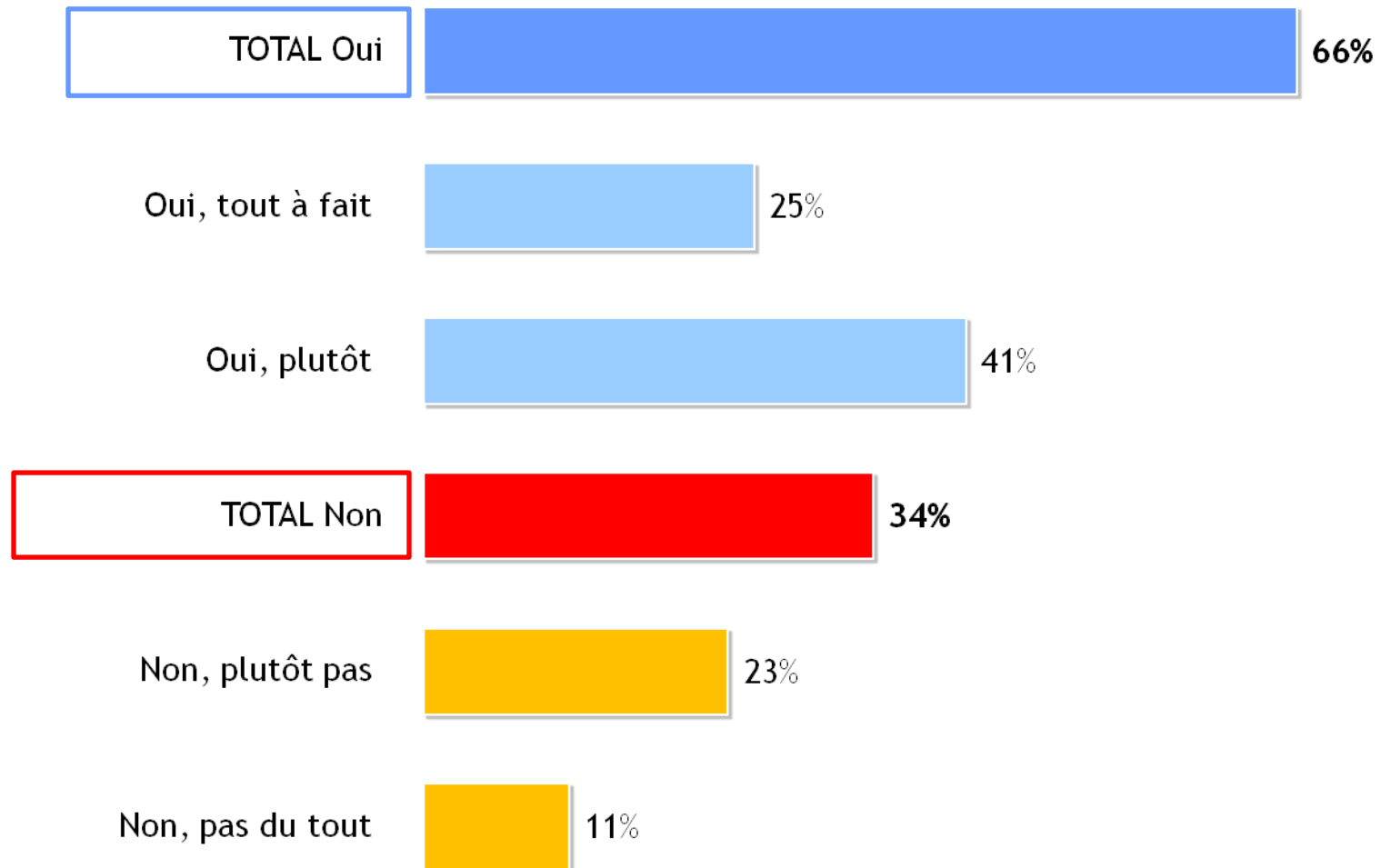
Question : Vous savez que certains comparateurs des prix appartiennent à des marques, qui comparent leurs propres produits à ceux de leurs concurrents. Par rapport aux comparateurs de prix classiques, faites-vous plus, moins ou autant confiance à ces comparateurs de prix appartenant à une seule marque ?



Question : Pour quels types de services souhaiteriez-vous pouvoir disposer de comparateurs de prix sur Internet ?

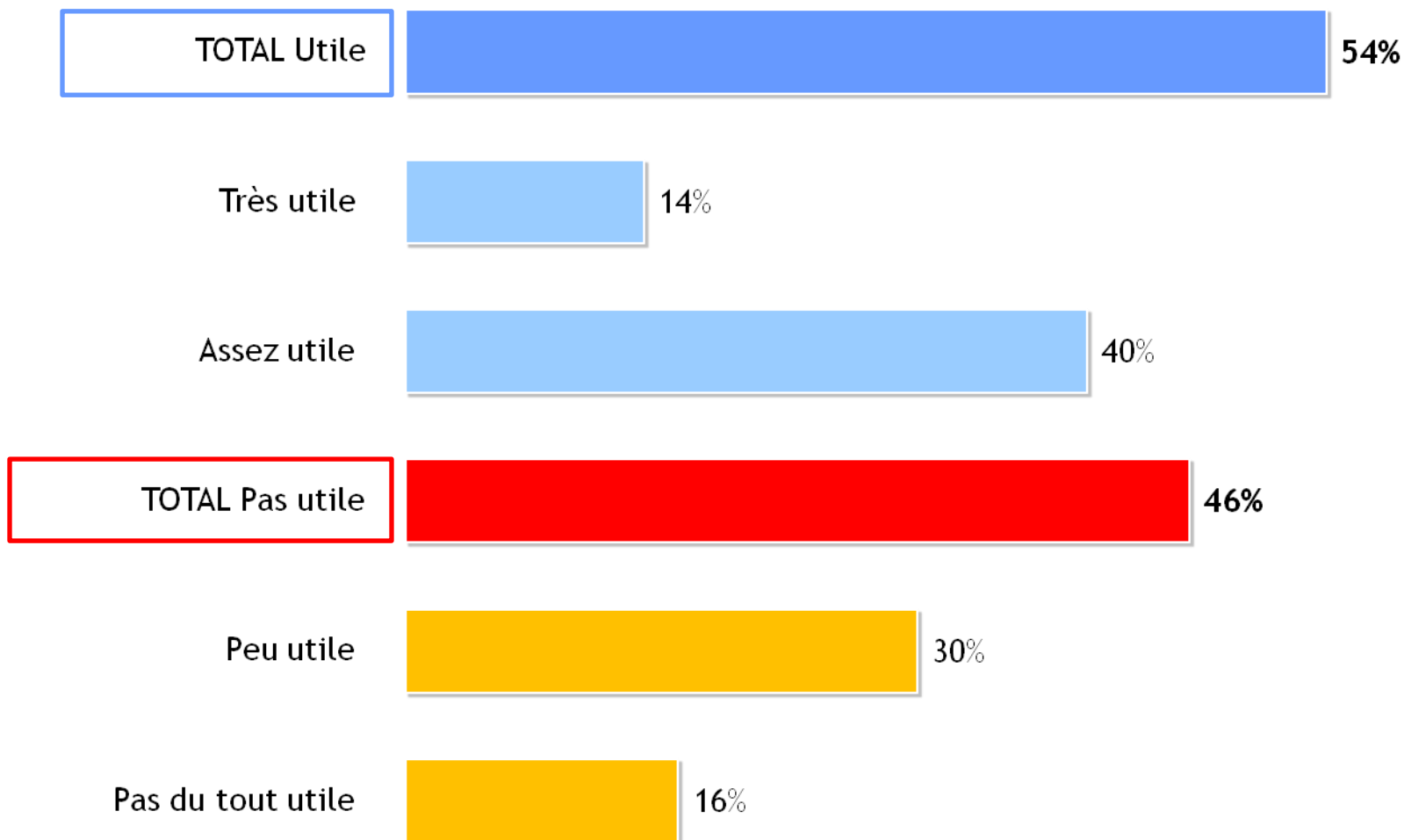


Question : Souhaiteriez-vous que les enseignes de distribution vous proposent des accès wi-fi gratuits pour vous aider à comparer les prix en magasin ?

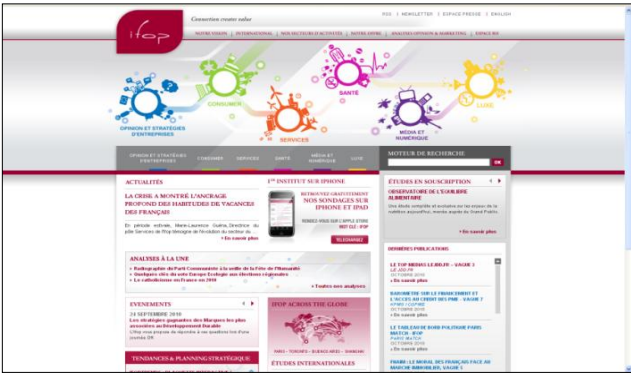


L'utilité perçue de la comparaison des prix en magasin avec un téléphone mobile

***Question :** En imaginant que les services existent, trouveriez-vous utile ou pas utile de comparer les prix en magasin avec votre téléphone mobile ?*



...visitez notre site web :
www.ifop.com



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d’actualité



Facebook



Twitter



iPhone